

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh proyeksi harga emas, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap minat nasabah pada produk cicilan emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kecamatan Kota Juang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 110 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, proyeksi harga emas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah (t hitung $5,528 > t$ tabel $1,982$; $\text{sig } 0,001 < 0,05$). Pengetahuan produk juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah (t hitung $2,538 > t$ tabel $1,982$; $\text{sig } 0,013 < 0,05$). Namun, variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (t hitung $1,680 < t$ tabel $1,982$; $\text{sig } 0,096 > 0,05$). Secara simultan, proyeksi harga emas, pengetahuan produk, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai F hitung $66,352$ dan tingkat signifikansi $0,001$. Nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa sebesar $65,3\%$ variasi minat nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisanya $34,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Proyeksi harga emas ditemukan sebagai variabel yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah.

Kata kunci: *Proyeksi Harga Emas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, Minat Nasabah, Cicilan Emas.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of gold price projections, product knowledge, and income on customers' interest in the gold installment product at Bank Syariah Indonesia (BSI) in Kota Juang district. This research employed a quantitative approach with an associative research design. Primary data were collected through questionnaires distributed to 110 respondents selected using the accidental sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results indicate that, partially, gold price projections have a positive and significant effect on customers' interest ($t\text{-value} = 5.528 > t\text{-table} = 1.982$; $\text{sig.} = 0.001 < 0.05$). Product knowledge also has a positive and significant effect on customers' interest ($t\text{-value} = 2.538 > t\text{-table} = 1.982$; $\text{sig.} = 0.013 < 0.05$). However, income does not have a significant effect on customers' interest ($t\text{-value} = 1.680 < t\text{-table} = 1.982$; $\text{sig.} = 0.096 > 0.05$). Simultaneously, gold price projections, product knowledge, and income have a significant effect on customers' interest, with an $F\text{-value}$ of 66.352 and a significance level of 0.001. The coefficient of determination ($R\text{ Square}$) shows that 65.3% of the variation in customers' interest can be explained by the three independent variables, while the remaining 34.7% is influenced by other factors outside the research model. Gold price projection was found to be the most dominant variable affecting customers' interest.

Keywords: *Gold Price Projection, Product Knowledge, Income, Customer Interest, Gold Installmen.*